



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,  
NILAI NASABAH, ATRIBUT PRODUK ISLAM  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
(Penelitian Pada BMT El Gunung Jati Cirebon)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (SE.Sy)  
Pada Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam  
Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam**



**OLEH  
CUCU SETIADI  
NIM. 07320087**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI  
CIREBON  
2011 M/1432 H**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## ABSTRAK

### **Cucu Setiadi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN ATRIBUT PRODUK ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Penelitian Pada BMT “El-Gunung Jati” Desa Kalisapu Kec. Gunung Jati Kab. Cirebon)**

Pada prinsipnya setiap perusahaan tatkala menjual produk-produknya akan menggunakan strategi pemasaran yang terbaik, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu strategi pemasaran yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen serta atribut produk yang melekat pada produk-produk dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan atribut produk Islam terhadap kepuasan nasabah di BMT El-Gunung Jati Cirebon.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survey. Pengambilan sampel menggunakan *random sampling* dengan jumlah responden 50 nasabah. Data primer yang dikaji dengan menggunakan hipotesis dengan tahap uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi, dan uji korelasi.

Dari hasil uji regresi, diketahui besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan atribut produk Islam terhadap kepuasan nasabah secara simultan sebesar 90,1%. Sedangkan secara parsial besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 20,3% dan pengaruh variabel atribut produk Islam terhadap kepuasan nasabah sebesar 40,3%. Dan besarnya pengaruh variabel-variabel lain di luar model terhadap nilai jasa sebesar 9,9%. Hasil penelitian ini menginformasikan bahwa kualitas pelayanan, dan atribut produk Islam berpengaruh signifikan dan menjadi faktor yang penting bagi kepuasan nasabah di BMT El-Gunung Jati Cirebon.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Atribut Produk Islam, Kepuasan Nasabah



## KATA PENGANTAR

*Assalaamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis panjatkan segala puji bagin-nya, Sang Maha Kuasa dari semua ciptaan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahan kepada jujungan kita Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan umatnya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bimbingan dan pengarahan, baik dari kalangan almamater sendiri maupun dari pihak-pihak yang memiliki peran besar dalam memotivasi penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Maksun. MA, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Bapak DR. Acmad Kholiq, M.Ag, Dekan Fakultas Syariah
3. Ibu Sri Rokhlinasari SE, M.Si selaku ketua Jurusan Mepi
4. Bapak DR. H. Ujang Syafrudin M.Ag, Pembimbing I
5. Bapak Faqihuddin Abdul Kodir, MA, Pembimbing 2
6. Bapak Surifudin, Amd., Manajer BMT El-Gunung Jati Cirebon
7. Semua Dosen dan Staf Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
8. Seluruh Karyawan dan Karyawati BMT El-Gunung Jati dan semua pihak yang telah membantu penulis selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari keterbatasan kemampuan dan pengalaman penulislah yang menyebabkan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Segala kekurangan sepenuhnya tanggung jawab penulis.

Akhirnya, skripsi ini penulis persembahkan untuk Ibu tercinta, kepada Almamater dan civitas akademik. Semoga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

*Wassalaamu'alaikum Wr. Wb*

Cirebon,...Juli 2011

Penulis



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>OTENTITAS SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan Penelitian .....	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b>	
A. Landasan Teori.....	9
1. Kualitas Pelayanan.....	9
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
b. Mengelola Kualitas Pelayanan.....	11
c. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	15



- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- 2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

- d. Pengukuran Kualitas Pelayanan Dengan Model SERVQUAL ..... 19
- e. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam..... 21
- 2. Atribut Produk Islam..... 24
  - a. Atribut Produk dalam Pandangan Ilmu Konvensional... 24
  - b. Atribut Produk dalam Pandangan Islam..... 31
  - c. Atribut Produk dalam Sistem Keuangan Syariah ..... 35
- 3. Kepuasan Nasabah (Kepuasan Pelanggan) ..... 37
  - a. Pengertian Kepuasan Pelanggan ..... 37
  - b. Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Nasabah..... 40
  - c. Pengukuran Kepuasan Nasabah..... 43
  - d. Strategi Kepuasan Nasabah ..... 45
  - e. Kepuasan Nasabah Dalam Pandangan Islam..... 47
- B. Penelitian Terdahulu ..... 49
- C. Kerangka Pemikiran ..... 51
- D. Hipotesis Penelitian ..... 55

**BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Pendekatan dan Jenis Penelitian ..... 56
- B. Sasaran, Lokasi dan Waktu Penelitian ..... 56
- C. Operasionalisasi Variabel Penelitian..... 57
- D. Jenis Data..... 60
- E. Sumber Data ..... 60
  - 1. Data Primer ..... 60
  - 2. Data Sekunder..... 61
- F. Teknik Pengumpulan Data ..... 61
  - 1. Observasi ..... 61
  - 2. Kuisisioner..... 61



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

3. Wawancara.....	61
4. Dokumentasi .....	61
G. Populasi dan Sampel .....	62
1. Populasi.....	62
2. Sampel .....	63
H. Instrumen Penelitian.....	64
I. Uji Instrumen Penelitian.....	65
1. Pengujian Validitas Data .....	65
2. Uji Reliabilitas .....	69
3. Uji Normalitas Data.....	72
J. Teknik Analisis Data.....	75
1. Analisis Korelasi Ganda .....	75
2. Analisis Regresi Ganda .....	76
3. Koefisien Determinasi/ Penentu.....	77
4. Uji Hipotesis .....	77
5. Uji Statistik Bagi Koefisien Korelasi (uji t-student) .....	78
6. Uji Statistik Bagi Koefisien Korelasi Berganda (Uji F).....	79

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

A. Gambaran Umum BMT El-Gunung Jati .....	81
1. Sejarah BMT El-Gunung Jati.....	81
2. Visi dan Misi .....	82
3. Fungsi dan Tujuan .....	83
4. Produk BMT El-Gunung Jati .....	83
5. Bidang Organisasi .....	85
B. Karakteristik Responden .....	86
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	86
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	87



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	88
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	89
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	90
C. Uji Hipotesis .....	91
1. Pengujian Hipotesis : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah .....	91
a. Uji Regresi .....	91
1) Uji Simultan Dengan F-test .....	92
2. Pengujian Hipotesis : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	
a. Uji Parsial Dengan t-test .....	94
3. Pengujian Hipotesis : Pengaruh Antara Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah.....	96
4. Uji Korelasi.....	97
a. Korelasi Antara Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Islam.....	97
b. Korelasi Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah .....	98
c. Korelasi Antara Atribut Produk Islam dan Kepuasan Nasabah.....	99
5. Persamaan Model Regresi .....	100
D. Analisis Ekonomi.....	101

## BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	105
B. Saran.....	106

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	58
Tabel 3.2	Skala Likert .....	65
Tabel 3.3	Tabel Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel $X_1$ , $X_2$ , dan Y .....	68
Tabel 3.4	Tabel Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel $X_1$ , $X_2$ , dan Y ....	72
Tabel 3.5	Tabel Hasil Uji Normalitas Variabel $X_1$ , $X_2$ , dan Y .....	74
Tabel 3.6	Tabel Koefisien Korelasi dan Penafsiran.....	76
Tabel 4.1	Karakteristik Usia Responden.....	86
Tabel 4.2	Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	87
Tabel 4.3	Karakteristik Pendidikan Responden.....	88
Tabel 4.4	Karakteristik Pendapatan Responden .....	89
Tabel 4.5	Karakteristik Pekerjaan Responden.....	90
Tabel 4.6	Model Summary .....	91
Tabel 4.7	Anova.....	92
Tabel 4.8	Coefficients .....	94
Tabel 4.9	Corelations .....	97





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kualitas Pelayanan.....	14
------------	-------------------------	----



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner Penelitian .....	Lampiran 1
2. Data Hasil Penyebaran Kuisisioner Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Ekspektasi.....	Lampiran 2
3. Data Hasil Penyebaran Kuisisioner Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Persepsi.....	Lampiran 3
4. Data Hasil Penyebaran Kuisisioner Variabel Atribut Produk Islam ( $X_2$ ) .....	Lampiran 4
5. Data Hasil Penyebaran Kuisisioner Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	Lampiran 5
6. Hasil Transformasi Data Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Ekspektasi.....	Lampiran 6
7. Hasil Transformasi Data Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Persepsi.....	Lampiran 7
8. Gap Transformasi Data Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	Lampiran 8
9. Hasil Transformasi Data Variabel Atribut Produk Islam ( $X_2$ ) ....	Lampiran 9
10. Hasil Trasformasi Data Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	Lampiran 10
11. Hasil Uji Validitas.....	Lampiran 11
12. Hasil Uji Reliabilitas .....	Lampiran 12
13. Hasil Uji Normalitas .....	Lampiran 13
14. Hasil Uji Regresi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah .....	Lampiran 14
15. Hasil Uji Korelasi Antara Variabel Kualitas Pelayanan, Atribut Produk Islam dan Kepuasan Nasabah .....	Lampiran 15
16. Tabel r Product Moment.....	Lampiran 16
17. Tabel Distribusi t.....	Lampiran 17
18. Tabel Distribusi F .....	Lampiran 18
19. Tabel Z .....	Lampiran 19



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era perdagangan bebas, kini telah terjadi pergeseran strategi pemasaran yang lebih berorientasi pada pelanggan. Menurut Kotler yang dikutip oleh Huriyati, mengemukakan bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial, baik oleh individu atau kelompok, untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan (*creation*), penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain. Pernyataan ini menunjukkan bahwa inti dari pemasaran adalah kegiatan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak yang berkepentingan, melalui pertukaran yang mampu memberikan kepuasan kepada semua pihak, terutama konsumen sebagai pemakai dari barang atau jasa yang ditawarkan.<sup>1</sup>

Semua usaha manajemen diarahkan pada tujuan yang sama yaitu kepuasan pelanggan. Apapun yang dilakukan manajemen tidak ada gunanya bila akhirnya tidak menghasilkan meningkatkan kepuasan pelanggan. Karena menurut Fandy Tjiptono mengemukakan bahwa adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya yaitu hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi

---

<sup>1</sup> Ratih Huriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2008), Hlm. 46

pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan, dan laba yang diperoleh dapat meningkat.<sup>2</sup>

Salah satu cara utama perusahaan jasa untuk dapat membedakan dirinya sendiri adalah dengan secara konsisten menyampaikan mutu lebih tinggi ketimbang para pesaingnya. Banyak perusahaan menyadari bahwa mutu pelayanan yang luar biasa dapat memberikan keunggulan bersaing yang kuat kepada mereka yang menghasilkan penjualan dan laba tinggi. Beberapa perusahaan nyaris menjadi legenda karena pelayanannya yang bermutu tinggi. Kuncinya adalah melebihi harapan pelanggan akan mutu pelayanan. Seperti yang dikatakan oleh *Chief Executive American Express*, “Janjikan hanya apa yang dapat anda berikan dan berikan lebih dari yang Anda janjikan”. Harapan ini didasarkan pada pengalaman, berita lisan, dan iklan perusahaan jasa. Bila nilai pelayanan dari suatu perusahaan melebihi pelayanan yang diharapkan, maka kepuasan pelanggan akan tercapai dan pelanggan cenderung menggunakan jasa itu lagi. Keberhasilan mempertahankan pelanggan mungkin merupakan ukuran terbaik untuk mutu dan kemampuan perusahaan jasa, untuk mempertahankan

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), Hlm. 102



pelanggannya, tergantung pada sejauh mana konsistensi perusahaan itu menyampaikan nilai kepada mereka.<sup>3</sup>

Dalam penelitian ini didefinisikan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/ peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/ inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Sehingga konsumen akan merasa puas jika atribut-atribut kunci atau khusus suatu produk yang dinilai sesuai dengan keinginan dan harapan dari konsumen. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), Hlm. 83

<sup>4</sup>Skripsi Manajemen, *pengertian-definisi-kualitas-pelayanan*, <http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html>, diakses pada tanggal 13 Januari 2012 pada pukul 20.00 WIB.

Masalah kepuasan nasabah sebenarnya bukanlah hal yang terlalu sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Dalam penelitian ini sistem kepuasan pelanggan perlu didukung oleh kualitas pelayanan dan atribut produk sehingga bisa berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

BMT El-Gunung Jati Cirebon merupakan sebuah perusahaan jasa keuangan yang sedang berkembang sehingga memerlukan langkah-langkah guna meningkatkan kepuasan nasabahnya. Oleh karena itu, penulis memilih BMT El-Gunung Jati Cirebon sebagai tempat penelitian dengan harapan mampu memberikan manfaat bagi kemajuan BMT El-Gunung Jati Cirebon dari hasil penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Penelitian Pada BMT “El-Gunung Jati” Desa Kalisapu Kec. Gunung Jati Kab. Cirebon)“*.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BMT El-Gunung Jati Cirebon?
2. Apakah terdapat pengaruh antara atribut produk Islam terhadap kepuasan nasabah BMT El-Gunung Jati Cirebon?
3. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan atribut produk Islam secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah BMT El-Gunung Jati Cirebon?

## C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BMT El-Gunung Jati Cirebon.
2. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk Islam terhadap kepuasan nasabah BMT El-Gunung Jati Cirebon.



#### D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Memberikan sumbangan atau masukan kepada BMT El-Gunung Jati Cirebon dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan dan atribut produk Islam yang mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Menambah pengetahuan peneliti dan melatih diri berfikir secara ilmiah, tentang hal-hal yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan atribut produk Islam dan kepuasan pelanggan serta aplikasinya di lapangan.
3. Bermanfaat bagi kalangan Pendidikan dan Akademisi untuk menambah referensi, informasi, dan wawasan teoritis untuk merangsang pihak lain yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut.
4. Juga penulis harapkan bisa bermanfaat bagi penambahan perbendaharaan kajian ilmiah bagi peneliti berikutnya di bidang manajemen pemasaran khususnya berkenaan dengan kualitas pelayanan dan atribut produk Islam dan kepuasan nasabah.

#### E. Sistematika Penulisan

Pada Bab I Pendahuluan, diuraikan secara garis besar permasalahan penelitian yang meliputi Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.





Setelah gambaran permasalahan penelitian pada Bab Pendahuluan, selanjutnya pada Bab II Kajian Pustaka yang dimulai dengan Landasan Teori yang menjelaskan 1) Kualitas Pelayanan: Pengertian Kualitas Pelayanan, Mengelola Kualitas Pelayanan, Dimensi Kualitas Pelayanan, Pengukuran Kualitas Pelayanan Dengan Model SERVQUAL, Kualitas Pelayanan Dalam Perpektif Islam. 2) Atribut Produk Islam: Atribut Produk Dalam Pandangan Ilmu Konvensional, Atribut Produk Dalam Pandangan Islam, Atribut Produk Dalam Sistem Keuangan Syariah. 3) Kepuasan Nasabah: Pengertian Kepuasan Pelanggan, Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Nasabah, Pengukuran Kepuasan Nasabah, Strategi Kepuasan Nasabah, Kepuasan Nasabah Dalam Perpektif Islam. Setelah Landasan Teori kemudian dilanjutkan dengan penjelasan mengenai Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Hipotesis Penelitian.

Bab III Metode Penelitian sebagai gambaran proses penelitian di lapangan disesuaikan dengan teori atau konsep-konsep relevan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Dimana metodologi yang dimaksud meliputi: Pendekatan dan Jenis Penelitaian; Lokasi, Sasaran dan Waktu Penelitian; Operasional Variabel Penelitian; Jenis Data; Sumber Data; Teknik Pengumpulan Data; Populasi dan Sampel; Instrumen Penelitian; Teknis Analisis Data.

Hasil yang diperoleh dari lapangan melalui metodologi akan dideskripsikan dan dianalisis dalam Bab IV yang menguraikan hasil penelitian



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

dan analisis data. Hasil penelitian lapangan meliputi: Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Regresi, Uji Korelasi, dan Analisis Ekonomi.

Bagian terakhir dari isi penelitian ini adalah Bab V Penutup, yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah, setelah melalui analisis pada bab sebelumnya. Sementara itu, sub bab saran berisi rekomendasi dari peneliti mengenai permasalahan yang diteliti sesuai hasil kesimpulan yang diperoleh.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2005. *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ dan Doni Juni Priansa. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bakhtiar, M . Rifki. *Pengaruh Atribut Produk Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Pertumbuhan Pendapatan dan Return on Assets (ROA) dengan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah di Indonesia)*. <http://www.eprints.undip.ac.id/29807/1/skripsi017.pdf>, diakses pada tanggal 30 November 2011
- Departemen Agama RI. 2003. *Al-Quran Dan Terjemahnya*. Bandung; CV. Diponegoro.
- Guntur, Effendi M. 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*. Jakarta: CV. Sagung Seto.
- Hasan, Iqbal. 2009. *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta:

- PT. Bumi Aksara.
- Huriyati, Ratih. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Irawan, Handi. 2003. *Indonesia Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2008. *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta: kencana.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Prenhallindo.
- \_\_\_\_\_, dkk. 2005. *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. Jakarta: Indeks.
- Mardalis. 1990. *Metodologi Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Masri, Singarimbun dan Efendi. 2003. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : LP3ES.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achamdi. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nasution, M. Nur. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Prayitno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.

- Riduwan. 2007. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ dan Engkos Achmad Kuncoro. 2008. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta
- Rozi, Moh. Fakhrrur. *Analisis Kualitas Pelayanan PT. Kereta Api Indonesia Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus KA Gajayana Malang)*, [www.lib.uin-malang.ac.id/files/thesis/fullchapter/03220045.pdf](http://www.lib.uin-malang.ac.id/files/thesis/fullchapter/03220045.pdf). Diakses pada tanggal 27 November 2011
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Skripsi Manajemen. *pengertian-definisi-kualitas-pelayanan*, <http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html>. Diakses pada tanggal 13 Januari 2012
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sunarto, Muhamad. 2008. *Muhammad Business Strategy & Ethics (Etika dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW)*, Yogyakarta: Andi
- Sunarya, PO Abas Sunarya, dkk. 2011. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Sunyoto, Danang. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: Media Presindo.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Management*.

Yogyakarta: Andi Offset.

\_\_\_\_\_ dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*.

Yogyakarta: Andi.

\_\_\_\_\_. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta:

Andi.

Yazid. 2001. *Pemasaran Jasa (Konsep dan Implementasi)*. Yogyakarta: Ekonisia.